



人类传播与社会发展

金鸣娟◎著

过去、现在、将来，都是一个传播的时代。

人类传播与社会发展有着不可分割的关系。

人的一生，是传播的一生；

人类社会的发展史，也是一部传播发展史。

对于现代人而言，传播是硬道理。

学习、了解、掌握传播的理论和方法，是现代人必备的基本素质，
也是推动社会发展的重要动力。

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

人类传播与社会发展

金鸣娟 著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

人类传播与社会发展/金鸣娟著. —北京:
中国广播电视出版社, 2008. 12
ISBN 978 - 7 - 5043 - 4234 - 8
I. 人… II. 金… III. 传播学 IV. G206
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 205377 号

人类传播与社会发展

金鸣娟 著

责任编辑 李晓霖

封面设计 黄燕美

责任校对 李美清

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010 - 86093580 010 - 86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条 9 号

邮 编 100045

网 址 www.crtpt.com.cn

电子信箱 crtpt8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 北京振兴源印务有限公司

开 本 880 毫米×1230 毫米 1/32

字 数 196(千)字

印 张 9

版 次 2009 年 5 月第 1 版 2009 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5043 - 4234 - 8

定 价 28.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

目 录

CONTENTS

第一章 人类传播智慧的结晶	1
第一节 传播学是什么样的学问?	3
一、没有不传播的人类社会	3
二、信息流动是传播最重要的特点	5
三、传播学研究的是人类传播现象	7
四、传播学研究的三个主要方法	9
第二节 传播学形成与发展之路	12
一、传播学形成的社会与学科背景	12
二、为传播学奠基的大师们	15
三、传播学在半个多世纪中飞速发展	23
第三节 传播学在中国走过的历程	27
一、引进评析:探索中的中国传播学	27



二、研究创新:发展中的中国传播学	29
三、服务社会:成熟中的中国传播学	30
第二章 和传播紧密相关的基本问题	34
第一节 传播具有明显的过程性	35
一、构成完整传播过程的六个基本要素	35
二、传播过程的三类主要模式	38
第二节 人类传播的五大类型	45
一、人内传播——满足人的自我需要	46
二、人际传播——社会人不可或缺的行为	47
三、组织传播——社会组织生存和发展的保障	51
四、大众传播——对社会影响最为广泛深刻	55
五、网络传播——真正将社会一网打尽	59
第三节 传播是把双刃剑	62
一、传播有着积极的社会功能	63
二、传播的负功能不容忽视	65
第三章 人人都是传播者	68
第一节 传播者——具有特色的社会角色	69
一、传播者主要有三种类型	70
二、传播者具有一些显著的特征	75
第二节 传播者既有权利又有责任	78
一、传播者享有一般性权利和专业性权利	78
二、传播者承担着多重责任	80
三、传播者要当好把关人	83
第三节 传播者受到社会诸多因素的制约	87



一、有关传播制度的六种理论	87
二、来自社会系统对传播者的控制	90
第四章 信息、符号与传播	99
第一节 信息与传播身影相随	101
一、信息的解密与分析	101
二、信息的获取与传播	106
第二节 符号是信息传播的载体	110
一、符号与意义	110
二、编码与译码	116
第三节 符号化传播方式	119
一、语言符号:应用最广、最系统的符号	120
二、非语言符号:意义极为丰富和复杂的符号	125
第五章 人类社会已进入媒介时代	134
第一节 人类文明史是使用传媒的历史	135
一、语言媒介,使人类有了极强的传播能力	136
二、文字媒介,使人类有了第一个体外化的 传播符号系统	137
三、印刷媒介,为人类的大众传播行为开辟了 道路	138
四、电子媒介,使传播的效率和质量产生质的 飞跃	140
五、网络媒介,将人类带入全新的信息社会	141
第二节 传播媒介的共性与个性	142
一、传播媒介具有共同的特征	143

二、每种传播媒介都有鲜明的个性	145
三、做传播媒介的主人而不是奴仆	154
第三节 传播媒介的理性思考	157
一、麦克卢汉的媒介决定论——把人类社会 的变化,归功于传播媒介本身的作用	157
二、梅罗维茨的媒介情境论——媒介的变化 导致社会环境的变化,从而导致人的变化 ...	162
三、布热津斯基的媒介失控论——社会对大众 传媒失去了必要的干预和管制,后果将 不堪设想	165
第六章 受众也是传播活动的主角	168
第一节 对受众的了解越多越好	169
一、芸芸受众各有不同	170
二、大众传媒受众的诸多共性	172
三、受众为什么接触大众传媒?	174
第二节 受众,不是被动的接受	177
一、受众也拥有多种权利	178
二、受众选择的心理特征	180
三、受众选择的外在因素	184
四、关于受众选择的理论	189
第三节 捕捉受众的反馈	193
一、受众的反馈与意义	193
二、受众反馈的类型与特点	195
三、受众的调查:走近受众心灵之路	199

第七章 追求最佳的传播效果..... 203

第一节 传播效果研究曾经留下的轨迹..... 204

一、传播是毫无阻挡的“魔弹”？..... 205

二、传播的效果是无限还是有限的？..... 207

三、在一定条件下,大众传播可能产生强大
效果..... 209

第二节 传播效果研究积淀的经典理论..... 211

一、社会说服论——试图利用传播来说服受众
..... 212

二、议程设置理论——大众传播影响人们
去想什么..... 214

三、沉默的螺旋理论——因无形的舆论压力
而保持沉默..... 216

四、培养理论——把电视中的世界当成现实..... 219

五、知沟理论——大众传媒导致了知识水平
的差距..... 223

第三节 什么影响着传播的效果？..... 228

一、传播者因素:传播者在传播过程控制中有
主动作用..... 228

二、传播内容因素:传播效果因内容而存有差异... 230

三、传播媒介因素:与传播效果的形成和提高
紧密相关..... 231

四、受众因素:传播效果因受众不同而改变..... 232

五、传播环境因素:适宜的传播环境同样重要... 235



六、传播技巧因素:传播技巧有时也可起 决定性作用	236
第八章 世界有多大,传播的应用就有多广	239
第一节 文化传播,承载着人类的文明	240
一、文化与传播:你中有我,我中有你	241
二、文化传播的四大社会功能	244
三、文化传播具有多种方式和途径	246
第二节 经济传播,繁荣着商品的发展	249
一、经济与传播:相互促进,相得益彰	249
二、经济传播的三大社会功能	252
三、经济传播的信息类型呈现多样性	254
第三节 科技传播,推动着社会的前行	257
一、科技与传播:相濡以沫,携手共进	258
二、科技传播的三大社会功能	261
三、科技传播的方式途径	263
第四节 公关传播,协调着社会的关系	266
一、公关与传播:借势传播,有效公关	266
二、公关传播的三大社会功能	269
三、传播方式途径因公关目标不同而改变	271
主要参考文献	276
后 记	278

第一章 人类传播智慧的结晶

“12月17日:上午9:15,我踢了一下妈妈。中午11:38,我又踢了妈妈一下。”

这是尚在妈妈肚子里的胎儿写的“博客”。

美国纽约大学的博士生发明了“怀孕腰带”,通过装在腰带上的数个传感器追踪孕妇腹中胎儿的一举一动。胎儿踢踢小腿,伸个小懒腰,“怀孕腰带”就会将信号通过蓝牙发送给计算机,计算机自动将其“翻译”成语言发布到博客网站上,形成胎儿“博客日记”。

之所以对此感兴趣,是因为这说明人类个体的传播早在胎儿时期就开始了,并将伴随他或她的一生。即便是他或她告别人世之后,也会以其他的方式把自己的思想、情感、精神等等,向后人继续进行传播。

整个人类的发展,何尝不是如此?人类发展的每一步,都是和传播紧密地结合在一起的。没有不传播的人类社会。毫不夸张地说,人类发展史就是一部人类传播史。

但是,传播学的产生却是在20世纪三四十年代。社会经



济的发展、科学技术的进步、政治和战争的需要,催生了一门新的学科。为此奠基的,多为美国的政治学家、社会学家和心理学家们。直到施拉姆,才第一次把传播学作为专门学科加以研究,从而带动了传播学研究在全球的发展。

中国的传播学是随着改革开放大门的打开,才逐渐引进、建立和发展起来的。时至今日,传播学在中国已经成为一级学科,其影响也日益向社会的各个领域及每一个人渗透。

传播的理论和技巧,传播学的研究和推广,从来没有像今天这样重要,以致直接关系到人类社会的可持续发展。

人类的传播活动,是从人类诞生之初就有的。没有传播,就没有人类的生存和发展。传播学的诞生,却远远滞后于人类的传播活动。当社会发展到一定的阶段,当社会发展为人类的传播活动、为传播媒介的兴盛提供了必备的物质条件,当社会发展到理性的意识到传播的重要性后,作为专门研究传播理论、方法、技巧、效果等等的学科就会应运而生。

20世纪三四十年代,出现的一门新兴学科——传播学,它既反映了人类对传播现象和传播规律的漫长认识过程,也体现了人类对传播经验和传播知识的系统组织构建。传播学是人类传播智慧的结晶,是对人类传播实践的科学总结。它以其新颖的理论建构和独特的应用价值,已经成为社会科学领域里的一朵奇葩。更重要的是,它成了现代人生存和发展的不可或缺的向导。

第一节 传播学是什么样的学问?

当年,有大学开设传播学专业,竟被人误认为“船舶学”,还以为是学造船的呢。许多初次听说和学习传播学的人也常常会提出这样的问题:什么是传播?传播学是一门什么学问?它的研究对象与研究方法是什么?即便是今天,“传播”这个词已经成为许多人的口头禅和流行语之后,这些问题也并不意味着得到了真正的解决。而这些都是学习传播学必须明确的基本问题。因此,需要我们深入的探讨和研究。

一、没有不传播的人类社会

要界定传播学,首先有必要先了解什么是传播。可以概括地说:传播是人类发展中的社会现象,传播是社会发展中的文化现象,传播是文化发展中的综合现象。没有不传播的人类社会,人类社会的文明和进步就是在传播过程中发展起来的。

从个体的人来说,自诞生之日起,就会啼哭,就会用自己的方式和母亲等人进行信息的传播。婴儿成长为幼儿的标志之一,就是学会了说话,可以进行口头传播。而随后的社会化过程,实际上就是学习语言传播、人际传播的过程。而且,传播活动的深度、广度、频度,直接影响着其社会化的进程。无论是童年、少年,还是青年、中年,传播活动像条红线串在其中。一个人从诞生直至衰亡,传播活动贯穿人的生命的始终。

即便是一个人告别世界之后,其思想、观点、精神、情感等等,也会以其他方式流传下来,继续在世人们中间进行传播。

正如离不开空气和水一样,人的日常生活,也离不开传播。特别是作为一个社会人,在社会上的最主要行为方式就是传播。人的每一天,是由各种各样的传播活动构成的。与人交往和沟通是传播。读书看报、看电视上网、打手机发短信,都是在接受或者是传播信息。听老师讲课,看书学习,也是如此。即便是哪儿也不去,谁也不接触,一个人闭门沉思,也可以看做是传播。只不过传播是在甲我和乙我之间进行罢了。知识的积累,思想的碰撞,理论的升华,都需要借助传播。尽管人们并不一定意识到自己是在传播,尽管有些人说不清什么叫传播,但自己的行为的确是在传播的轨道上。有时顺利了、成功了,有时却受挫和失败了。人们或许并不知道,这可能是传播的规律所导致的结果。

从整个人类来看亦是如此。人类的诞生以及发展到的每一步,都是以传播活动为基础的。传播使人类交流信息、缔结关系、形成合力、增加交往和联系。离开了传播,就没有人类社会的存在。有效的传播,使得人类社会的发展,区别于其他任何一种动物或多种社会构成的世界。

那么究竟如何解释“传播”一词呢?从词源上来考察,在中国古代语言文字系统里,“传”与“播”通常是单独使用的,它们有着相近但是又不同的含义。“传”的含义为传授、传承、表达、流露等,如《师说》中“师者,所以传道授业解惑也”,为传授、教授之意;《墨子·所染》中“此王者所染当,故霸诸侯,功名传于后世”,为传承、流传之意;《抱朴子·行品》中“而口不传心,笔不尽意”,为表达、流露之意。“播”的含义为播撒、散

布,如《国语·晋语三》中“夫人美于中,必播于外”,《文心雕龙·檄移》中“明白之文,或称露布,播诸视听也”。“传”与“播”二字合成“传播”一词的使用,大约最早见于《北史·突厥传》中“宣传播天下,咸使知闻”,意为广泛地宣布、传扬。

传播学中所使用的“传播”一词来自西方语言文字系统的是英语 communication 的对译词,源自于拉丁语的 communication 和 communis,其意义非常广泛,包括有传递、传达、交流、交往、通信、沟通等。与汉语的“传播”相比,它不仅具有单向的精神内容的传布与扩散,更强调了双向的信息交流、人际交往、思想沟通,以及传授双方彼此的地位平等、意义共享,显示了 communication 丰富的义象、深厚的意蕴。

二、信息流动是传播最重要的特点

在西方传播学的研究中,不同的学者又从自己各自的研究领域或研究角度出发,提出了对传播的不同的认识 and 解释,所下的定义非常丰富,达到了 140 多种。概括不同的解释,其中有代表性的主要有以下几种:

1. 强调“共享信息”

这种定义的特点表现在当信息或思想、态度为大家所共同了解或拥有的时候,就是传播。如美国传播学家威尔伯·施拉姆认为:“我们在传播的时候,是努力想同他人确立‘共同’的东西,即我们努力想‘共享’的信息、思想或态度”;“我们可以给传播下一个简单的定义,它即是对一组告知性符号采取同一意向”。亚历山大·戈德也说:传播“就是使原为一个人或数人所独有的化为两个人或更多人所共有的过程”,强调的都是传播者和接受者对信息的共有性和共享性。

2. 注重“目的影响”

这种定义的特点主要是将传播的基本性质确定为有意图的影响和劝服。如美国传播学奠基人之一卡尔·霍夫兰认为：传播是“某个人(传播者)传递刺激(通常是语言的)以影响另一些人(接受者)行为的过程”。沃伦·韦弗说：传播是“一个心灵影响另一个心灵的全部程序”，强调的就是传播者传递信息的目的性和影响性。

3. 突出“双向互动”

这种定义的特点突出了传播过程中参与者之间的相互作用和相互影响。如传播学者 G. H. 米德提出：“互动，甚至在生物层次上，也是一种传播；不然，共同行动就无法产生。”G. 格伯纳则说：所谓传播，就是“通过讯息进行的社会的相互作用”。瓦茨罗维克也认为：“在互动的情境中，有讯息的所有活动都是传播”，都强调的是传播者和受传者在信息传播中彼此之间的双向和互动性。

4. 讲求“符号意义”

这种定义的特点注意到传播手段和符号在传播活动中的作用。如美国学者 J. B. 霍本指出：“传播就是用言语交流思想。”贝雷尔森和塞纳等人认为：“运用符号——词语、画片、数字、图表等传递信息、思想、感情、技术等。这种传递的行动或过程通常称作传播。”强调的就是语言、图画等符号作为传播的载体在传播中的特殊作用与意义。

传播的定义虽然五花八门、各执一词，但是不同定义的解释，却对于我们进一步理解传播的实质具有参考和借鉴意义。

在这些定义的基础上，对传播的定义可以作这样的理解：传播是人类进行信息交流的双向流通过程。信息流动是它最

大的特点。

三、传播学研究的是人类传播现象

在了解了什么是传播的基础上,再来界定传播学就容易了:

传播是人类社会最常见最普通的现象,传播学是研究人类社会信息交流活动现象及其规律的一门科学。它是在人类社会中由于传播现象越来越普通,为人类极为重视的情况下形成的,更是由传播研究人员对人类传播现象进行探索和研究,经过系统分析和有机整合而发展起来的知识体系。

根据传播学的定义,再通过一定方法的科学提炼,可以将传播学的研究对象概括为人类传播现象,它应该包括传播活动现象、传播意识现象、传播关系现象和传播规范现象。就是说,凡是客观地存在于人类传播活动中的并构成影响的现象,都是传播学研究的对象。

具体而言,传播学的研究对象主要可分为以下四个方面:

1. 传播的历史与发展——以史为鉴

传播作为人类社会活动的一种普遍现象,它随着人类的产生而产生,并随着人类社会的发展而发展。人类从远古的蛮荒时代进化到当今的信息时代,经历了漫长的发展演变过程。在这个过程中,人类传播实践的演进、传播技术的提高、传播思想的发展等等,都是传播学研究的重要内容。这些研究不仅能够为今天的传播实践活动提供有意义的参考与借鉴,同时也是一种有价值的历史研究和文化分析。

2. 传播的类型与特征——寻求规律

人类传播活动的普遍性决定了传播类型的多样性。由于人类社会发展的不同阶段和不同形态,产生了不同类型的传



播方式；又由于社会发展过程中，对传播所要求的功能不同产生了不同的传播类型。对传播类型的划分，是传播学研究的深化和细化。传播类型既可以根据传播范围的大小，分为内向传播、人际传播、组织传播和大众传播等类型，也可以根据传播内容的性质，分为新闻传播、政治传播、经济传播、技术传播和文化传播等类型。不同的传播类型构成不同的传播特征，显示了人类传播活动的丰富多彩。

3. 传播的结构与系统——动静结合

人类传播活动都是发生在复杂的社会背景下，不可能是一种孤立的、静态的社会现象。所有传播活动都可以视为一个动态的过程或静态的结构，是一个自组织和他组织相结合的系统。对传播的结构和系统进行研究，主要是在两个层面展开：一是从微观层面，根据传播过程运动的自身轨迹，研究传播活动过程中的具体要素，主要包括有传播者分析、传播内容分析、传播媒介分析、受传者分析和传播效果分析，构成了传播学研究的基础理论；二是从宏观层面，将传播过程置于社会、政治、经济和文化系统之中，研究传播活动与各系统要素之间的互动关系，发展了核心传播学理论。

4. 传播的功能与作用——注重实效

人类的传播活动是一项能够履行一定功能的社会活动，即能够对他人和社会产生一定的作用或效能，否则就没有必要进行传播。对传播功能与作用的研究主要是从社会角度和受传者层面，来看待传播活动所产生的作用和媒介所释放的能量，它是伴随着人的价值和受传者地位的提高，以及人文旗帜的高扬和批判主义的兴起，越来越受到重视的传播学研究对象。由于传播功能在社会发展的不同时期有不同的变化，